

# Progetto Discovery

Alessandro Gurnari

2

## RIEPILOGO PARTE 1

**Fase 1:** ho cercato informazioni sull'azienda in esame per capire meglio il tipo di articoli in vendita, anche in relazione alla mission e alla vision originarie

**Fase 2:** ho iniziato a usare il website creando poi la sitemap; dall'analisi fatta sono emersi punti di forza e di debolezza sui quali poter lavorare per agevolare l'esperienza utente

**Fase 3:** ho analizzato i competitor operanti una fascia di prezzo simile così da avere spunti di riflessione per migliorare il servizio offerto

**Fase 4:** ho studiato e approfondito il target di interesse e creato un questionario con domande a risposta multipla, elaborando, poi, i dati raccolti

**Questionario:** dai risultati emerge che la maggioranza dei partecipanti possiede prodotti sostenibili e considera la sostenibilità un fattore importante nelle loro scelte di acquisto di borse e zaini. La possibilità di leggere recensioni gioca un ruolo importante nella fase di acquisto e c'è un'ampia richiesta di funzionalità interattive come live chat e visualizzazione in 3D dei prodotti

## FASI DEL PROGETTO

**Fase 1:** ho creato tre profili di persone verosimili (personas) per definire il target e studiare le problematiche esistenti

**Fase 2:** ho elaborato una user journey per ognuna delle personas precedentemente create così da poter migliorare l'esperienza utente sotto vari punti di vista

**Fase 3:** ho sviluppato una nuova sitemap tenendo conto delle difficoltà incontrate dalle personas nella loro interazione col sito web

**Fase 4:** a seguito dello studio e delle modifiche effettuate ho rielaborato la user journey delle tre personas per vedere se i cambiamenti abbiano davvero migliorato la loro esperienza

## Personas

Le personas, ovvero rappresentazioni semi-fittizie dei diversi tipi di utenti, offrono una finestra privilegiata sulle esigenze, le motivazioni e i comportamenti degli utenti reali.

Introdurle nell'ambito dell'esperienza utente (UX) è cruciale per comprendere a pieno le sfide e le opportunità che si presentano durante il processo di progettazione.

Attraverso la raccolta e l'analisi di dati demografici, comportamentali e psicologici, le personas fungono da guide per aiutare a mantenere il focus sulle necessità degli utenti durante lo sviluppo del servizio offerto.

In questo contesto, tre tipi di personas sono stati accuratamente selezionati, ognuno dei quali rappresenta un segmento specifico di utenti e offre insight unici per la progettazione orientata all'utente.

# Sofia



**Età:** 32

**Status:** single

**Luogo:** Milano

**Professione:** architetto

## Background

Sofia è una giovane architetta di 32 anni, appassionata di arte e design.

Ha completato gli studi in architettura e ora lavora in uno studio di successo.

È sempre alla ricerca di nuove ispirazioni creative e ama esplorare musei e mostre d'arte durante il tempo libero.

## Interessi

- è appassionata di sostenibilità e si impegna attivamente a ridurre il suo impatto sull'ambiente
- è anche interessata alla moda, ma preferisce acquistare prodotti che riflettano i suoi valori etici ed ecologici
- ama fare passeggiate in natura e partecipare a eventi di sensibilizzazione ambientale

## Obiettivi

- cerca una borsa che non solo sia elegante e di alta qualità, ma che sia anche prodotta in modo sostenibile
- desidera contribuire alla riduzione dell'inquinamento causato dalla produzione di materiali non biodegradabili

## Frustrazioni

- si sente spesso frustrata quando non riesce a trovare prodotti di moda che siano allineati ai suoi valori di sostenibilità
- è delusa quando scopre che molti brand sacrificano l'etica per il profitto

# Maria



**Età:** 43  
**Status:** sposata  
**Luogo:** Roma  
**Professione:** imprenditrice

## Background

Maria è madre di due figli adolescenti.

Ha un'azienda agricola biologica e dedica gran parte del suo tempo alla cura del suo terreno e alla produzione di alimenti biologici.

È attiva nella sua comunità locale e partecipa a iniziative di sensibilizzazione sull'ambiente.

## Interessi

- è appassionata di sostenibilità e ricerca costantemente modi per ridurre l'impatto ambientale della sua attività agricola
- apprezza i prodotti di alta qualità e duraturi che possono resistere al suo stile di vita attivo

## Obiettivi

- cerca una borsa che sia resistente e pratica per affrontare le sue giornate intense in azienda agricola
- desidera anche che la borsa sia realizzata con materiali sostenibili, in linea con i suoi valori ambientali

## Frustrazioni

- si sente frustrata quando non trova prodotti che soddisfino le sue esigenze di sostenibilità e qualità
- è stanca delle borse che si usurano rapidamente e che devono essere sostituite frequentemente

# Laura



**Età:** 57  
**Status:** sposata  
**Luogo:** Torino  
**Professione:** insegnante

## Background

Laura è un'esperta insegnante di letteratura, appassionata di cultura e viaggi.

Ha una profonda sensibilità verso le questioni ambientali e si impegna a educare i suoi studenti sull'importanza della sostenibilità.

## Interessi

- ama leggere, scrivere e viaggiare
- si impegna attivamente nella sua comunità locale, partecipando a iniziative di volontariato e progetti educativi sull'ambiente

## Obiettivi

- cerca una borsa che sia elegante e adatta alle sue esigenze quotidiane, mentre allo stesso tempo desidera che sia prodotta in modo etico e sostenibile
- vorrebbe un prodotto che le permetta di esprimere il suo stile senza compromettere i suoi valori ambientali

## Frustrazioni

- si sente frustrata quando non trova borse che, oltre a essere sostenibili, rispecchino anche il suo stile sofisticato e classico
- trova difficile conciliare la sua ricerca di eleganza con la necessità di scegliere prodotti eco-friendly, spesso rinunciando a uno dei due aspetti

## User journey



La user journey traccia il percorso che gli utenti compiono dall'inizio alla fine della loro interazione, e ci offre una panoramica dettagliata delle tappe cruciali che attraversano durante questo viaggio.

Attraverso l'analisi della user journey, si è in grado di identificare i punti di contatto fondamentali, le emozioni suscite e le sfide incontrate dagli utenti lungo il percorso. Questo, consente di individuare le opportunità di miglioramento e di ottimizzazione dell'esperienza utente.

Nelle prossime slide, verrà esaminata la user journey di ciascuna delle personas precedentemente definite, consentendo di comprendere in modo approfondito come differenti tipologie di utenti interagiscono con il servizio offerto.

Questo approfondimento sarà utile a sviluppare strategie mirate per soddisfare al meglio le esigenze dei consumatori e creare esperienze più coinvolgenti e soddisfacenti.



# Sofia



## Journey map

### Scenario

Sofia è un'architetta appassionata di sostenibilità che cerca una borsa elegante e sostenibile per completare il suo look professionale

### Obiettivi

- trovare una borsa che sia sia ecologica che elegante
- acquistare una borsa senza intoppi e con la certezza di avere fatto una scelta sostenibile
- utilizzare la borsa nelle sue occasioni professionali e quotidiane, promuovendo così lo stile di vita sostenibile

### Ricerca

### Navigazione

### Condivisione

### Ceckout e post-acquisto

#### Fase

visita il sito web del brand e i suoi social media per esplorare le opzioni disponibili

Naviga all'interno del sito, provando la ricerca tramite filtri

condivide i profili social del brand con le amiche

acquista i prodotti inseriti nel carrello

#### Pensieri

"Cerco una borsa che rispecchi i miei valori di sostenibilità. Spero che il sito abbia una vasta selezione e informazioni dettagliate"

"Non vorrei perdere troppo tempo"

"Il gruppo ha confermato la mia idea: sono queste le borse adatte a me!"

"Sono entusiasta di promuovere uno stile di vita sostenibile con la mia nuova borsa. Spero che altri possano essere ispirati dalla mia scelta"

#### Aspettative

trovare un'ampia selezione di borse sostenibili con informazioni dettagliate sul sito del brand

un processo d'acquisto fluido e poco macchinoso

condividere la sua esperienza sui social per promuovere uno stile di vita sostenibile senza rinunciare allo stile

finalizzare l'acquisto senza troppi impedimenti

#### Attività

- esplora il sito web
- ricerca le informazioni sui materiali
- visita i profili social del brand

- inizia a cercare tra lo shop
- prova la ricerca per filtri
- torna spesso nella home e riparte

pubblica un sondaggio sui social per capire quante ragazze acquisterebbero la borsa che piace a lei

- crea l'account (no sign in social)
- inserisce gli articoli nel carrello
- procede con il cekout

#### Emozioni

curiosa

irritata

dubbiosa

parzialmente soddisfatta

#### Touchpoints

sito web, social media

sito web

social media

sito web

#### Difficoltà

— navigazione troppo lenta

— iter macchinoso

#### Opportunità

- + aggiungere breadcrumbs
- + aggiungere più filtri

- + aggiungere sign in tramite social

# Maria



## Journey map

### Scenario

Maria è una madre impegnata nell'agricoltura biologica che cerca una borsa resistente e sostenibile per affrontare le sue giornate di lavoro

### Obiettivi

- trovare una borsa resistente e pratica per il lavoro in azienda agricola
- acquistare una borsa che sia ecologica e prodotta in modo etico
- utilizzare la borsa nel suo lavoro quotidiano, garantendo la massima funzionalità e durata

	Consapevolezza	Ricerca	Acquisto	Utilizzo e condivisione
Fase	scopre il brand attraverso dei forum online dedicati ai prodotti sostenibili	naviga sul sito del brand	rifinisce la ricerca, trovando la borsa che forse si addice più alle sue esigenze	utilizza la borsa senza problemi
Pensieri	“Spero di trovare finalmente una borsa che possa durare nel tempo e che sia sostenibile”	“Sono curiosa di leggere le recensioni degli altri consumatori per capire come si comporta la borsa sul campo”	“Spero che il processo di acquisto sia semplice e che la borsa sia realmente come descritta”	“Sono felice della mia nuova borsa, ma spero che duri nel tempo”
Aspettative	trovare borse resistenti e sostenibili che soddisfino le sue esigenze lavorative e ambientali	un processo di ricerca intuitivo con descrizioni dettagliate e recensioni degli utenti	acquistare il prodotto scelto con facilità	poter condividere la sua esperienza sul sito per aiutare altri consumatori
Attività	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fa ricerche online</li> <li>• trova articoli riguardanti ecodream</li> <li>• visita il sito del brand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cerca informazioni sui materiali</li> <li>• confronta diversi modelli</li> <li>• non trova recensioni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• seleziona una borsa</li> <li>• cerca il carrello</li> <li>• è costretta a visitare il negozio fisico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• utilizza la borsa nel suo lavoro quotidiano</li> <li>• condivide la sua esperienza sui social</li> </ul>
Emozioni	speranzosa	confusa	frustrata	contenta
Touchpoints	articoli online, forum, sito web	sito web	negozi fisici	
Difficoltà	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mancanza di recensioni</li> <li>- trovare il carrello</li> </ul>			
Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ aggiungere una sezione commenti</li> <li>+ aggiungere una sezione carrello</li> </ul>			

# Laura



## Journey map

### Scenario

Laura è un'insegnante di letteratura con una profonda sensibilità verso le questioni ambientali e un forte impegno nell'educare i suoi studenti sull'importanza della sostenibilità: è alla ricerca di una borsa che rispecchi il suo stile sofisticato e i suoi valori eco-friendly.

### Obiettivi

- trovare una borsa che sia sia elegante che sostenibile
- acquistare una borsa sapendo di aver fatto una scelta consapevole e responsabile che supporta pratiche produttive etiche e sostenibili
- utilizzare la borsa per le sue attività professionali, durante i suoi viaggi e nelle iniziative di volontariato

### Scoperta

### Esplorazione

### Acquisto

### Utilizzo e condivisione

#### Fase

legge un articolo di giornale che parla di moda sostenibile e decide di visitare il sito online

naviga tra le opzioni presenti nel sito alla ricerca della borsa perfetta per lei

decide di acquistare la borsa dallo shop online

una volta ricevuta la borsa, la utilizza nelle sue occasioni professionali e sociali

#### Pensieri

"Questo brand sembra interessante: spero di trovare qualcosa che si adatti al mio stile e rispetti i miei valori"

"Mi aspetto di trovare molte foto delle borse, specialmente dell'interno, e sapere di più sui materiali"

"Spero che il processo di acquisto sia fluido e che non ci siano problemi"

"Sono felice della mia scelta e voglio condividere questa esperienza positiva"

#### Aspettative

trovare borse eleganti e sostenibili

descrizioni dettagliate e foto chiare dei prodotti

non trovare inconvenienti che rallentino la fase d'acquisto

ricevere complimenti per il suo stile e la sua scelta eco-friendly

#### Attività

- legge l'articolo di giornale
- visita il sito web

- naviga tra lo shop
- legge le descrizioni dei prodotti
- visualizza le poche foto presenti

- aggiunge della borsa al carrello
- completa l'acquisto

- utilizzo quotidiano della borsa
- condivisione con amici e sui social

#### Emozioni

interessata

frustrata

ansiosa

orgogliosa

#### Touchpoints

articolo di giornale, sito web

sito web

sito web

social media

#### Difficoltà

— non è presente una barra di ricerca

— poche foto, no visualizzazione 3D

— assenza di un servizio live chat/chat bot

#### Opportunità

+ aggiungere una barra di ricerca

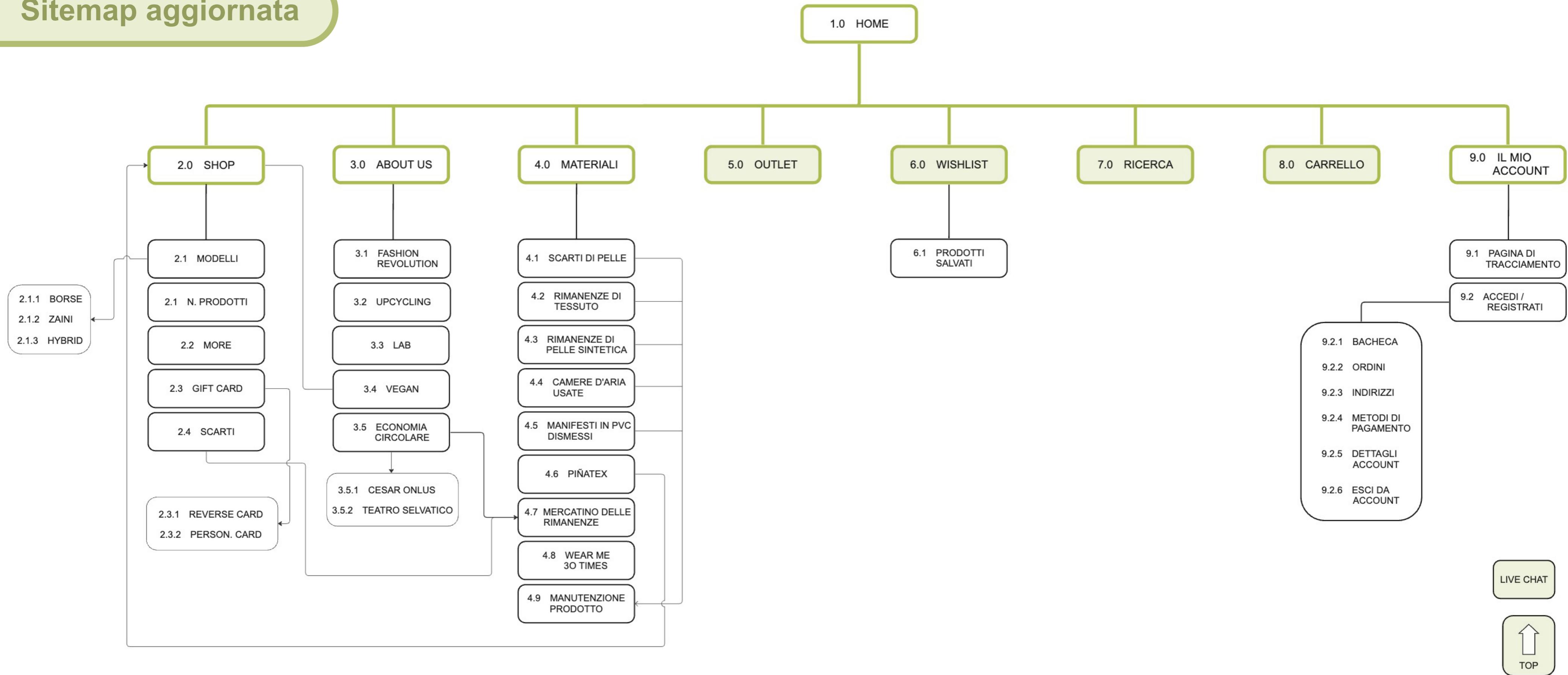
+ aggiungere foto e visualizzazione 3D

+ aggiungere un servizio live chat/chat bot

## OPPORTUNITÀ EMERSE

- navigazione troppo lenta ..... ➔ aggiungere breadcrumbs
- bisogna compilare un modulo per potersi registrare al sito ..... ➔ aggiungere modalità di registrazione tramite social
- non è possibile ordinare gli articoli in base la colore o al materiale ..... ➔ aggiungere filtro per colore  
aggiungere filtro per materiale
- informazioni sparse per tutto il sito ..... ➔ aggiungere sezione FAQ
- mancanza di recensioni ..... ➔ aggiungere sezione commenti
- la sezione carrello è presente solo all'interno della pagina shop ..... ➔ aggiungere sezione carrello
- non è possibile salvare gli articoli per acquistarli successivamente ..... ➔ aggiungere wishlist
- non c'è una barra di ricerca ..... ➔ aggiungere barra di ricerca
- sito web poco interattivo ..... ➔ aggiungere live chat  
aggiungere visualizzazione 3D

# Sitemap aggiornata



## FOOTER

## PAGINE MODIFICATE

- la sezione *retail* diventa *dove siamo* e viene posizionata nel footer
- la sezione *modelli* diventa una pagina dello *shop*
- alcune pagine sparse per il sito sono riposizionate nel footer
- è stata creata una sezione FAQ inserita nel footer
- la pagina *materials* diventa *scarti* per evitare confusione con la sezione *materiali*
- la pagina *outlet* diventa una vera e propria sezione
- sono state aggiunte *wishlist*, *barra di ricerca* e *bottone* per tornare a inizio pagina
- la sezione *contatti* è stata posizionata nel footer
- la sezione *carrello* è ora separata dallo *shop* e facilmente accessibile
- aggiunto il servizio di *live chat*

# Sofia



## New journey map

### Scenario

Sofia è un'architetta appassionata di sostenibilità che cerca una borsa elegante e sostenibile per completare il suo look professionale

### Obiettivi

- trovare una borsa che sia sia ecologica che elegante
- acquistare una borsa senza intoppi e con la certezza di avere fatto una scelta sostenibile
- utilizzare la borsa nelle sue occasioni professionali e quotidiane, promuovendo così lo stile di vita sostenibile

	Ricerca	Navigazione	Condivisione	Ceckout e post-acquisto
Fase	visita il sito web del brand e i suoi social media per esplorare le opzioni disponibili	Naviga all'interno del sito, provando la ricerca tramite filtri	condivide i profili social del brand con le amiche	acquista i prodotti inseriti nel carrello
Pensieri	"Cerco una borsa che rispecchi i miei valori di sostenibilità. Spero che il sito abbia una vasta selezione e informazioni dettagliate"	"Non vorrei perdere troppo tempo"	"Il gruppo ha confermato la mia idea: sono queste le borse adatte a me!"	"Sono entusiasta di promuovere uno stile di vita sostenibile con la mia nuova borsa. Spero che altri possano essere ispirati dalla mia scelta"
Aspettative	trovare un'ampia selezione di borse sostenibili con informazioni dettagliate sul sito del brand	un processo d'acquisto fluido e poco macchinoso	condividere la sua esperienza sui social per promuovere uno stile di vita sostenibile senza rinunciare allo stile	finalizzare l'acquisto senza troppi impedimenti
Attività	<ul style="list-style-type: none"> <li>• esplora il sito web</li> <li>• ricerca le informazioni sui materiali</li> <li>• visita i profili social del brand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• inizia a cercare tra lo shop</li> <li>• prova la ricerca per filtri</li> <li>• naviga agilmente nel sito</li> </ul>	pubblica un sondaggio sui social per capire quante ragazze acquisterebbero la borsa che piace a lei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• crea l'account (sign in tramite social)</li> <li>• inserisce gli articoli nel carrello</li> <li>• procede con il ceckout</li> </ul>
Emozioni	curiosa	indecisa	fiduciosa	soddisfatta
Touchpoints	sito web, social media	sito web	social media	sito web

### Difficoltà superate

- aggiungi breadcrumbs
- aggiungi più filtri

- aggiunto sign in tramite social

# Maria



## New journey map

### Scenario

Maria è una madre impegnata nell'agricoltura biologica che cerca una borsa resistente e sostenibile per affrontare le sue giornate di lavoro

### Obiettivi

- trovare una borsa resistente e pratica per il lavoro in azienda agricola
- acquistare una borsa che sia ecologica e prodotta in modo etico
- utilizzare la borsa nel suo lavoro quotidiano, garantendo la massima funzionalità e durata

	Consapevolezza	Ricerca	Acquisto	Utilizzo e condivisione
Fase	scopre il brand attraverso dei forum online dedicati ai prodotti sostenibili	naviga sul sito del brand	rifinisce la ricerca, trovando la borsa che forse si addice più alle sue esigenze	utilizza la borsa senza problemi
Pensieri	“Spero di trovare finalmente una borsa che possa durare nel tempo e che sia sostenibile”	“Sono curiosa di leggere le recensioni degli altri consumatori per capire come si comporta la borsa sul campo”	“Spero che il processo di acquisto sia semplice e che la borsa sia realmente come descritta”	“Sono felice della mia nuova borsa, ma spero che duri nel tempo”
Aspettative	trovare borse resistenti e sostenibili che soddisfino le sue esigenze lavorative e ambientali	un processo di ricerca intuitivo con descrizioni dettagliate e recensioni degli utenti	acquistare il prodotto scelto con facilità	poter condividere la sua esperienza sul sito per aiutare altri consumatori
Attività	<ul style="list-style-type: none"> <li>• fa ricerche online</li> <li>• trova articoli riguardanti ecodream</li> <li>• visita il sito del brand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cerca informazioni sui materiali</li> <li>• confronta diversi modelli</li> <li>• legge le recensioni degli utenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• seleziona una borsa</li> <li>• va nella sezione carrello</li> <li>• finalizza facilmente l'acquisto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• utilizza la borsa nel suo lavoro quotidiano</li> <li>• condivide la sua esperienza sui social</li> </ul>
Emozioni	ottimista	fiduciosa	soddisfatta	orgogliosa
Touchpoints	articoli online, forum, sito web	sito web	sito web	sito web

### Difficoltà superate

- aggiunta sezione commenti
- aggiunta sezione carrello

# Laura



## New journey map

### Scenario

Laura è un'insegnante di letteratura con una profonda sensibilità verso le questioni ambientali e un forte impegno nell'educare i suoi studenti sull'importanza della sostenibilità: è alla ricerca di una borsa che rispecchi il suo stile sofisticato e i suoi valori eco-friendly.

### Obiettivi

- trovare una borsa che sia sia elegante che sostenibile
- acquistare una borsa sapendo di aver fatto una scelta consapevole e responsabile che supporta pratiche produttive etiche e sostenibili
- utilizzare la borsa per le sue attività professionali, durante i suoi viaggi e nelle iniziative di volontariato

	Scoperta	Esplorazione	Acquisto	Utilizzo e condivisione
Fase	legge un articolo di giornale che parla di moda sostenibile e decide di visitare il sito online	naviga tra le opzioni presenti nel sito alla ricerca della borsa perfetta per lei	decide di acquistare la borsa dallo shop online	una volta ricevuta la borsa, la utilizza nelle sue occasioni professionali e sociali
Pensieri	“È facile trovare quello che cerco con la barra di ricerca”	“La visualizzazione 3D e le foto dettagliate mi hanno convinto: so esattamente cosa sto comprando”	“Il servizio live chat è stato molto utile e il processo di acquisto è stato rapido e senza problemi”	“La borsa è perfetta per i miei impegni quotidiani e sono entusiasta di promuovere la sostenibilità tra i miei colleghi”
Aspettative	trovare borse eleganti e sostenibili	descrizioni dettagliate e foto chiare dei prodotti	non trovare inconvenienti che rallentino la fase d'acquisto	ricevere complimenti per il suo stile e la sua scelta eco-friendly
Attività	<ul style="list-style-type: none"> <li>• legge l'articolo di giornale</li> <li>• visita agevolmente il sito web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• naviga tra lo shop</li> <li>• legge le descrizioni dei prodotti</li> <li>• visualizza le foto e le borse in 3D</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aggiunge della borsa al carrello</li> <li>• comunica con il servizio live chat</li> <li>• completa l'acquisto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• utilizzo quotidiano della borsa</li> <li>• condivisione con amici e sui social</li> </ul>
Emozioni	interessata	soddisfatta	tranquilla	orgogliosa
Touchpoints	articolo di giornale, sito web	sito web	sito web	social media

### Difficoltà superate

- aggiunta barra di ricerca
- aggiunte foto e visualizzazione 3D
- aggiunto servizio live chat/chat bot

# Grazie per l'attenzione

email: alessandro.gurnari111298@gmail.com